



Universitetet
i Stavanger

**NORSK HOTELLHØGSKOLE
BACHELOROPPGAVE**

STUDIUM:
Reiselivsledelse

OPPGAVEN ER SKREVET INNEN FØLGENDE
FAGOMRÅDE: Reiseliv

ER OPPGAVEN KONFIDENSIELL?
(NB! Bruk rødt skjema ved konfidensiell oppgave)

TITTEL:

Covid-19 pandemiens påvirkning på reiselivet

ENGELSK TITTEL:
Impacts of covid-19 on the tourism industry

FORFATTER(E)(NB! maks tre studenter pr oppgave):			VEILEDER:
Kandidatnummer:	Studentnummer:	Navn:	Olga Gjerald
7142	248953	Tor-Trygve Frydstad Pedersen	
.....	
.....	
.....	

Covid-19 pandemiens påvirkning på reiselivet

Forfatternavn: Tor-Trygve Pedersen

Studiepoeng: 20

Institusjonsnavn: Norsk Hotellhøyskole – Reiselivsledelse

Innlevering: Mai 2021



Universitetet
i Stavanger

Forord

Dette er den siste oppgaven jeg må fullføre for å kunne oppnå en bachelor grad i reiselivsledelse. Det har vært et lærerik studie hvor jeg absolutt har fått mer forståelse for hvordan reiselivsbedrifter og andre virksomheter fungerer i samfunnet. Jeg vil gjerne takke min veileder Olga Gjerald for god hjelp under oppgaven. Jeg ønsker også å takke støtteapparatet av venner og familier rundt meg. Sammen har veileder og min omgangskrets motivert meg til å fullføre og dermed ende opp med en bachelor oppgave jeg er fornøyd med.

Sammendrag

Denne studien tar for seg de problemstillinger reiselivets bedrifter og virksomheter har møtt på i løpet av covid-19 pandemien. Tema for oppgaven er pandemien og den innvirkningen den har hatt på reiselivet. Metoden oppgaven benytter seg av er litteraturstudie slik at dette er en studie som baserer seg på fakta og fagartikler. Noen av funnene jeg har kommet frem til tilsier at det ikke er et enkelt og entydig svar på problemstillingen, men heller et mer komplekst svar bestående av flere faktorer som har direkte eller indirekte påvirkning.

Problemstillingen lyder slik: Hvordan har covid-19 påvirket reiselivet sett i sammenheng med events, samt hvordan kan vi unngå dette ved neste pandemi?

Resultatene av studien sier noe om hvordan vi kan være bedre rustet til neste pandemi, men også det faktum at reiselivet allerede har vært gjennom små epidemier og dermed burde vært bedre forberedt enn hva vi var.

Innholdsfortegnelse

Innledning	6
<i>Situasjonsanalyse av reiselivsnæringen 1.1</i>	7
<i>1.2 Festivalene gjennom sommersesongen 2020</i>	13
Teori 2	14
2.1 Event	14
2.2 Etikk	14
2.3 Samfunnsansvar	15
2.4 Balanse mellom minst fire dimensjoner i strategisk HRM	16
2.5 Kommunikasjonsmodellen	17
2.6 Hva er endring og hvordan foregår dette?	18
2.7 Organisasjon.....	18
2.8 Endring som naturlig utvelgelse – konkurranse om knappe ressurser som drivkraft	19
3 Metode	19
3.1 Hva er litteraturstudie?.....	19
3.2 Metodesvakhet.....	19
3.3 Valg av metode.....	20
3.4 Innsamling av data.....	21
4 Resultatkapittel	23
4.1 Artikkel: <i>Impacts and implications for advancing and resetting industry and research</i>	23
4.2 Artikkel nummer 2: <i>Tourism recovery strategy against COVID-19 pandemic</i>	24
4.3 Artikkel nummer 3: <i>Impacts of the coronavirus pandemic on Europe's tourism industry: Addressing tourism enterprises and workers in the undeclared economy</i>	26
4.4 Artikkel nummer 4: <i>Crisis management research (1985–2020) in the hospitality and tourism industry: A review and research agenda</i>	26
4.5 Artikkel nummer 5: <i>COVID-19's impact on the hospitality workforce – new crisis or amplification of the norm?</i>	27
4.6 Artikkel nummer 6: <i>Effects of COVID-19 pandemic on hospitality industry: review of the current situations and a research agenda</i>	28
5 Diskusjonsdel	29
6. Konklusjon	36
7. Referanseliste	38
8. Vedlegg	41

Innledning

Jeg har valgt i min bacheloroppgave å belyse problemstillingen rundt covid-19 og pandemiens innvirkning på reiselivet sett i sammenheng med events. I løpet av oppgaven ønsker jeg å kunne utrede for hvordan bedriftene har valgt å tilpasse produktet eller tjenesten under pandemien og eventuelle planer som foreligger for produktet etter pandemiens slutt. Vi går nå inn i den andre sommersesongen hvor reiselivet er bundet til ulike restriksjoner som gjør at flere bedrifter kommer til å ha vanskeligheter med å gå i overskudd under sesongen. Slik at derfor er min problemstilling som følger: Hvordan har covid-19 påvirket reiselivet sett i sammenheng med events, samt hvordan kan vi unngå dette ved neste pandemi?

Covid-19 har påvirket reiselivet i stor grad på flere plan, men det vi kan si generelt er at levesettet og bevegelsesmønstre til forbrukerne er sterkt påvirket av pandemiens gang. Det har gjennom hele pandemien vært sterke restriksjoner som har ført til at mobiliteten til den enkelte har måttet bøte med disse både på lokalt og internasjonalt grunnlag. Dette er noe som har vært tatt svært for gitt i tiden før pandemien og blitt regnet som en menneskerettighet hos flere nasjoner (Bahum & Hai. 2020, S,2).

Turistnæringen har vokst kraftig både lokalt og nasjonal de siste 70 årene og det er nærmest blitt en normalitet for velstående nasjoner å reise på ferie så snart sjansen byr seg. Dermed er dette noe som vi i økende grad ser på som en del av våre menneskerettigheter den dag i dag (Bahum & Hai. 2020. S,2). «McCabe and Diekmann (2015) address the evolution of the notion of tourism as a right or entitlement and recognize that, in a global context, the practical right to travel for tourism is privileged and by no means universal, for a combination of political, economic and socio- cultural reasons» (Bahum & Hai.2020. S,2). Det vil altså si at strenge restriksjoner på befolkningen hvor befolkningen ikke ser hensikten med reglene kan

føles som et brudd på våre menneskerettigheter. Dette er en meget vanskelig balansegang som regjeringen må klare å holde på.

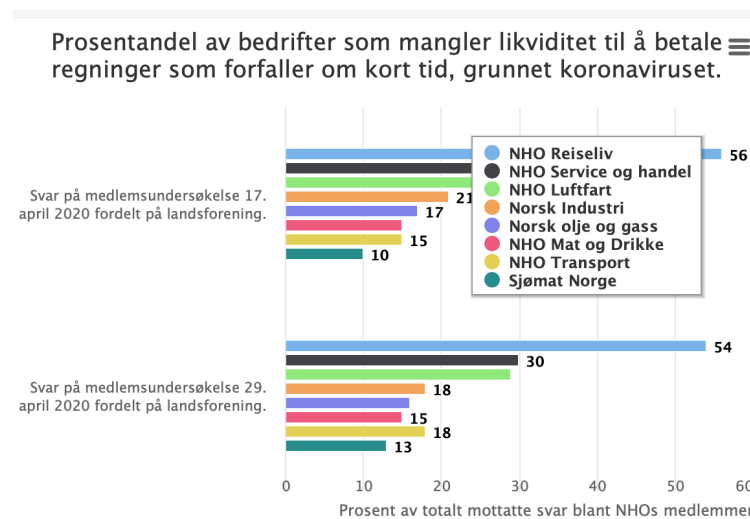
Situasjonsanalyse av reiselivsnæringen 1.1

Reiselivet er blant de næringene både nasjonalt og internasjonalt som har ofret mest under pandemien. Regjeringen hadde allerede begynt arbeidet den 30.01.2020 med å forberede seg på at covid-19 kunne ankomme Norge. Perioden fra 30.01.2020-12.03.2020 skjer det en rekke endringer og vedtak hos regjeringen med tanke på covid-19. De mest inngripende tiltak etter krigen blir presentert 12.03.2021 og trer deretter i kraft. Reiselivet har allerede blitt rammet av ulike innreise og utreise restriksjoner, men alvoret hadde enda ikke begynt. Tiltakene som ble presentert 12.03.2020 går hardt utover reiselivet som gjør at reiseaktiviteten stuper nedover. Dagen etter, altså fredag 13.03.20 kommer en rekke økonomiske tiltak som skal motvirke de økonomiske utfordringene som pandemien har skapt for flere næringer og deriblant reiselivsnæringen (Regjeringen, Funnet 2021). Alle segmenter innenfor reiselivet havnet altså i en alvorlig krise da de nærmest fikk revet vekk inntektsgrunnet over natten. Flere reiselivsbedrifter måtte stenge, og flere måtte permittere sine ansatte. Slik vi kan se i grafen som er hentet fra NHO reiseliv så ser vi at rundt 41 prosent av respondentene hadde mottatt kansellinger eller avbestillinger som følge av covid-19 (NHO-Reiseliv, Funnet 2021).



(NHO-Reiseliv, funnet 01,2021. FIG.1)

Det vi kunne se i løpet av pandemiens gang var at virusets spredning økte, og etter hvert som antallet smittede økte så økte også avbestillinger hos flere reiselivsaktører. I tillegg stupte antallet nye bookinger slik at bedriftene slet med å dekke over ulike kostnader. Vi kunne altså se en endring fra 17 april 2020 til 29 april 2020, på antall bedrifter innenfor ulike segment i reiselivet som manglet likviditet til å kunne betale regninger grunnet covid-19.

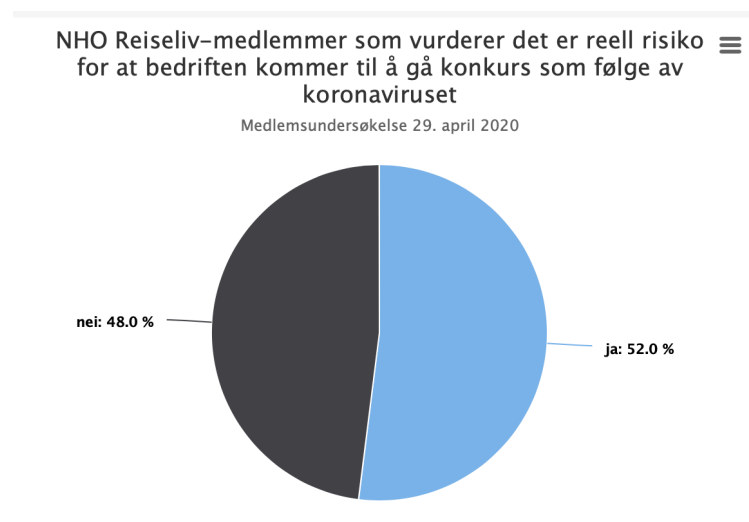


(NHO-Reiseliv, funnet 01, 2021. FIG.2)

Slik vi kan se ut ifra denne figuren som er fremstilt basert på NHO-Reiseliv sin spørreundersøkelse, kan vi se en situasjon for reiselivsbedrifter og andre bedrifter for øvrig som endret seg dramatisk og raskt. Dette kom som følge av de drastiske tiltakene som blant annet omhandlet nedstengning av alle virksomheter i serveringsbransjen hvor 1 meters avstand ikke kunne legges til rette for blant gjestene. I tillegg kom det en rekke forbud og anbefalinger som påvirket flere bedrifter både direkte og indirekte, deriblant forbud mot flere typer reiser og anbefalinger om at befolkningen burde holde seg hjemme (NHO-Reiseliv, Funnet 2021). Det er altså en felles likviditetskrise for alle segmenter innenfor reiselivsbransjen. Dette er en direkte konsekvens som kommer av restriksjoner og ekstremt stor nedgang i manglende etterspørsel. Reiselivsbransjen frykter en massekonkurs av flere

bedrifter grunnet likviditetskrisen og den manglende kapasiteten til å dekke løpende driftskostnader, lønnsutgifter eller kommunale og statlige avgifter.

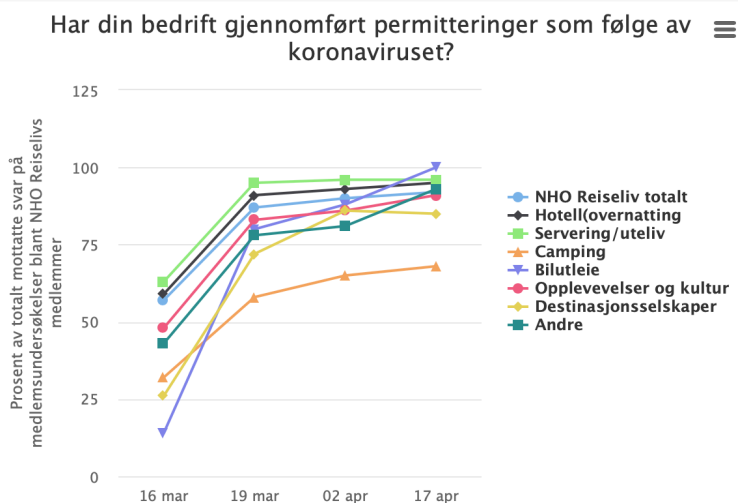
Ifølge en undersøkelse utført av NHO-Reiseliv så svarer over 52,0% av medlemsbedriftene at konkurs vurderes som en reell risiko som følge av covid-19, samtidig som 48,0% vurderer ikke dette som en reel risiko for deres bedrift (NHO-Reiseliv, Funnet 2021). Slik vi kan forstå denne undersøkelsen så er det en reell fare for å miste rundt 50% av inntektene innenfor reiselivet, samt det brede tilbudet som er utviklet i Norge. Det kan tenkes at dette vil kunne merkes innenfor det norske markedet om dette skulle være tilfelle i fremtiden.



(NHO-Reiseliv, Funnet 01,2021 . FIG.3)

Denne frykten kan en merke er reell innfor reiselivsbransjen, blant annet ved å se på antallet ansatte som er blitt permittert innfor denne bransjen. Det viser seg faktisk at hele 9 av 10 bedrifter i reiselivsbransjen har måttet permittere noen eller flere av sine ansatte for å spare på kostnadene for å kunne ha en sjanse til å overleve under og etter pandemiens gang. «78 prosent har permittert mellom 76 – 100 prosent av sine ansatte. 65 prosent mangler penger til å betale regninger som forfaller snart. 63 prosent vurderer at det er reel risiko for at

bedriften går konkurs som følge av koronasituasjonen - en betraktelig høyere andel enn gjennomsnittet blant NHOs medlemmer der 32 prosent frykter konkurs» (NHO-Reiseliv, Funnet 2021).



(NHO-Reiseliv, Funnet 01,2021 . FIG.4)

Slik vi kan se i denne grafen så har antallet bedrifter som har utført permitteringer økt fra 16 mars 2020 til 19 mars 2020 så flater kurven ut innenfor de fleste reiselivsbedriftene. Hvis vi også tar en ekstra kikk på opplevelser og kultur som er kategorien hvor bedrifter som tilbyr ulike events og deriblant konserter ligger under, så kan vi se at kurven var bratt før den steg jevnt. Dretter fikk den et lite hopp rundt 02 april og økte enda mer. Reiselivet frykter altså at store permitterings masser kan føre til at viktig kompetanse går tapt som følge av pandemien og dens begrensninger. Flere bedrifter frykter at deres permitterte skal flykte til andre bransjer og jobbe der for å tjene til livets opphold. « Reiselivet har allerede mangel på kompetanse - særlig er det stor mangel på kokker. Det er derfor viktig at lærlinger som er permitterte følges opp, og at de som er permitterte kan studere eller fortsette å få opplæring mens de mottar dagpenger» (NHO-Reiseliv, Funnet 2021).

Det er altså flere segment som er dypt påvirket av pandemien og de gjeldene restriksjonene fra regjeringen. Blant disse segmentene finner vi blant annet bedrifter som tilbyr events som virkelig har måttet tenke nytt i løpet av covid-19. I første omgang vil jeg ta for meg serverings og utelivsbedrifter – disse rammes av covid-19 krisen på flere ulike plan og spesielt 3 av disse skiller seg ut. «*Nasjonale pålegg som har krevd regelrett stenging av driften, en mengde nasjonale og kommunale reguleringer (for eksempel i Oslo) som gjør driften svært utfordrende, og redusert etterspørsel fordi folk flest frykter, og har blitt anmodet om å ikke oppsøke steder med store folkemengder*»(NHO-Reiseliv, Funnet 2021). Dette er altså 3 faktorer som har påvirket utelivsbransjen i stor grad, og dermed hatt en påvirkning på bedrifter som også tilbyr events som for eksempel konserter og festivaler.

Det kan tenkes at de store kostnadene utelivet har måttet bøte med i løpet av covid-19 skal kunne innhentes eller minimeres når pandemien er i et roligere stadiet hvor smittetrykket er lavere og en kan lette på ulike tiltak (NHO-Reiseliv, Funnet 2021). Det kan derimot vise seg at dette vil være vanskeligere å innhente enn vi først hadde trodd, da restriksjoner hele tiden kommer og går samtidig som flere velger å holde seg hjemme isteden for å gå på utestedene uavhengig av om tiltakene blir lettet på eller ei. Da tiltakene om reduserte åpningstider for utelivsbransjen tredde i kraft så fikk dette konsekvenser for driften, dette er tiltak som nærmest er blitt normalisert de siste månedene. En uttalelse i Stavanger Aftenblad fra nattklubben Checkpoint Charlie kan gi oss en liten pekepinn på hvilke kostnader bedriften og kanskje flere bedrifter som er i samme situasjon står ovenfor. «*De nye åpningstidene gjør at vi taper penger hver dag, sannsynligvis mellom 100.000 og 150.000 kroner i uka om vi sammenligner med for noen uker siden, sier Martin Langlie ved Chekpoint Charlie*» (Frøyland, 2020). Dette kan tyde på at tankegangen om å skulle tjene inn det tapte eller minimere kostnader betraktelig ved lettelser kanskje ikke er så vell fungerende som en først

hadde trodd og håpt på. Dermed er direkte tilskudd til disse næringene og denne bransjen helt nødvendig for at vi skal kunne komme tilbake til et mest mulig vell fungerende bransje ved pandemiens slutt.

Jeg ønsker også å ta for meg segmentet opplevelser da bedriftene som tilbyr events også går under dette segmentet i reiselivsnæringen. Hele poenget med for eksempel et festival event er selve opplevelsen av det hele. Slike events er ofte kostbart å gjennomføre og derfor er også arrangørene avhengig av å kunne samle større folkemengder slik at eventet blir enda bedre for publikummet som er til stede. Disse eventene trekker også flere mennesker til destinasjonen de befinner seg og på, og dermed vil også flere bedrifter på destinasjonen kunne få økt omsetning som følge av dette. Det har vist seg gjennom pandemien at en ikke kunne gjennomføre større events eller festivaler med mange tilskuere da dette vil kunne medføre større smittetrykk. Dermed har også andre bedrifter rundt eventet som for eksempel overnatting, dagligvare bedrifter, servings-bedrifter og andre aktivitets-bedrifter kunnet merke at en del av omsetning har forsvunnet i løpet av året. «*Opplevelser er en av de store driverne for at gjester besøker en destinasjon, en bygd eller en by. Når hoteller, restauranter, campingplasser, dagligvare, og andre aktivitetsbedrifter stenges, uteblir markedet også for disse bedriftene*» (NHO-Reiseliv, Funnet 2021). Dermed kan det tenkes at det faktum at store folkemasser ikke var aktuelt i 2020, og kan være uaktuelt i løpet av 2021 så vil det ha stor effekt på reiselivsbedrifter både nasjonalt og internasjonalt.

Vi går nå inn i vår andre sesong hvor flere festivaler planlegges og om disse må avlyses så vil det være den andre sesongen disse aktørene må holde stengt med null inntekt. Dette vil også med stor sannsynlighet påvirke destinasjonen og de lokale bedriftene negativt da det kan tenkes at events som festivaler bidrar positivt økonomisk til bedriftene på den gitte

destinasjonen. Opplevelsesbedrifter er også ofte sesongbasert og avhengig av været for å kunne tilby ulike aktiviteter. Det vil altså si at deres sårbarhet når det kommer til inntjening og drifting er svært sårbar i forhold til andre bedrifter som kanskje kan drifte året rundt (NHO-Reiseliv, Funnet 2021). Regjeringen har siden pandemiens start strammet til og lettet på ulike tiltak under pandemiens gang, deriblant gjelder dette tiltak som omhandler hvor mange som kan samles på ulike arrangementer hvor det da ofte har blitt skilt mellom stående, sittende og sittende med fastmonterte stoler som publikum. Dette har kunnet skapt forvirring og frustrasjon hos de ulike aktørene som har prøvd så godt de kan å fullføre sine arrangementer.

1.2 Festivalene gjennom sommersesongen 2020

Jeg skal nå ta for meg festivalene vi har her hjemme og hvilke utfordringer de har hatt gjennom sommersesongen. Fra og med 07 mai 2020 var det tillatt med arrangement på offentlig sted med opp til 50 personer hvor det kan holdes minst 1 meters avstand, og det fantes en ansvarlig arrangør (Regjeringen, Funnet 2021). Etter hvert åpnet også regjeringen opp for at det kunne delta 200 personer på offentlige arrangement hvor det var en ansvarlig arrangør. Dette skulle gi næringslivet mulighet til å gjennomføre sine arrangementer for å ikke gå konkurs (Regjeringen, 2020). Da regjeringen valgte å forlenge forbudet for alle festivaler og arrangementer med over 500 deltakere frem til 1 september ble en rekke større festivaler avlyst på nasjonal basis (Strand,2020). Dermed ble sommersesongen 2020 for denne type events skrinlagt og festivalarrangørene ble nødt til å avlyse, legge om planer å tenke nytt. Flere festivaler hadde stort tap økonomisk som et resultat av avlysningen, og ble dermed fullstendig avhengig av en form for kompensasjonsordning. Vi står nå i fare for at festivalsesongen 2021 også skal bli avlyst, i tillegg vet vi ikke om større arrangementer lar seg gjennomføre. Det er helt avhengig av vaksine og smittetrend, dermed står årets festivalsesong i en potensiell fare for en ny avlysning og nedstenging.

Teori 2

Teorikapitlet skal ta for seg ulike teorier, modeller og begreper jeg kommer til å bruke i løpet av oppgaven. I dette kapitlet skal definisjoner av ulike relevante teorier og modeller blir presentert slik at forståelsen av diskusjons delen blir mer helhetlig.

2.1 Event

Et event kan beskrives som en happening eller begivenhet hvor målet er å skape en viss interesse eller begeistring hos forbrukerne eller publikummet. Vi skaper både store og små event, men fellestrekkene for disse er å samle mennesker enten fysisk eller digitalt for å levere et produkt eller en tjeneste (Nilstun,2020). I min oppgave referer jeg til events i form av musikkfestivaler, som for eksempel Utopia, findings, øya festivalen osv.

Events brukes ofte til å tiltrekke seg turister til en destinasjon, og dermed vil dette kunne bidra til et økonomisk oppsving for destinasjonen hvor begivenheten finner sted. Events og arrangement gir også mulighet for kommunikasjon blant annet via den besøkendes opplevelse av arrangementet og destinasjonen. (Jutbring,H. S,4).

2.2 Etikk

Etikk bygger på læren om hva samfunnet rundt oppfatter som riktig eller galt. Hva som er etisk riktig eller galt kan endres fra tid til annen og er ofte basert på hva som forventes av samfunnet rundt. Etikken i næringslivet går under betegnelsen områdeetikk, som vil si at det foregår overveielser av etisk og moralsk teori. Disse overveielsene er rettet mot et bestemt område som for eksempel kan være: Er det etisk og moralsk riktig og gjennomføre store festivaler i løpet av en pandemi? Etikken brukes til å ta opp ulike spesifikke funksjoner, problemstillinger og utfordringer som virksomheten står ovenfor – både internt og eksternt. Formålet til etikken er å systematisere samt reflektere over moralen som foreligger, rett og

slett å overveie hva som er rett og galt i ulike situasjoner. Etikk handler ofte om prinsipper og hvordan vi som enkeltmennesker fremstår i samfunnet (Mikkelsen,2016, s.506).

2.3 Samfunnsansvar

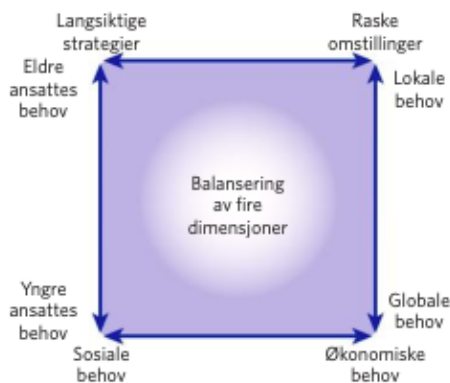
Samfunnsansvar er et normativt begrep som omhandler hvilket ansvar virksomheter har for sine handlinger og hvordan de opptrer ovenfor sine interessenter og omgivelsene rundt. Det handler altså om hvilken effekt handlingene til virksomhetene har på en tredjepart, og om disse bidrar negativt eller positivt. Bedriftene har ofte et mål som de ønsker og nå – spørsmålet er hvordan bedriften går frem for å nå disse målene. Dette avhenger av hvilke normer og standarder for etisk adferd ledelsen i bedriften bygger det hele på. Dokumentet det oftest referes til når det er snakk om utvikling av en strategisk plan for samfunnsansvar hos bedrifter er ISO 26000 som ble utformet i november 2010. Ifølge Mikkelsen er det 7 forskjellige kjerneområder eller overordnede normer som dokumentet referer til:

1. Behov for forutsigbar og rettferdig intern styring av virksomheten
2. Respekt for menneskerettighetene i virksomhetens verdikjede
3. Respekt for arbeidslivets parter og derunder den frie organisasjonsretten, kollektive forhandlinger og retten til ikke å bli diskriminert på grunn av kjønn, hudfarge eller etnisk tilhørighet
4. Ansvar for bærekraftig utvikling i naturen og et generelt krav om at utslipp og avfall skal inngå i et kretsløp som ikke skader balansen i naturen
5. God forretningspraksis, respekten for eiendomsrett og avtaler samt fraværet av korrupsjon og bestikkelser
6. Respekt for forbrukerrettigheter og forbrukerens ansvar
7. Hensyn til lokalsamfunnet og utviklingen av nærmiljøet der virksomheten opererer.

Alle disse områdene kan berøre arbeidet til HRM-ansvarlige, men særlig punkt 1,3 og 5. Samfunnsansvar er altså i all hovedsak hvilket ansvar bedriften har ovenfor å bidra positivt til samfunnet rundt, og det å bidra til fellesskapet (Mikkelsen,2016, s.507-508).

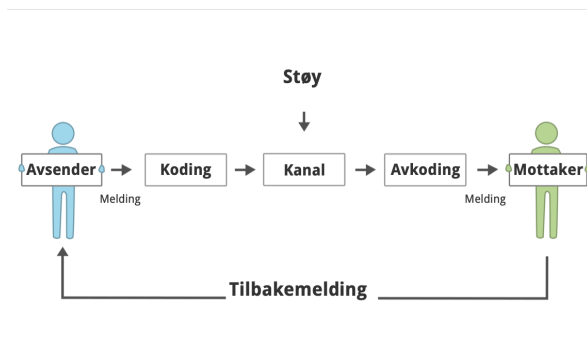
2.4 Balanse mellom minst fire dimensjoner i strategisk HRM

En virksomhet som må omstille seg raskt kan og vil møte på motbakker samt utfordringer. Det kan være utfordrende å innfri alle krav og forventinger som stilles til bedriften. Desto vanskeligere kan det være å følge en langsiktig plan basert på dette. Det er helt avgjørende for bedriften å fokusere på balanse mellom ulike krav eller dimensjoner både internt og eksternt, slik at de er sikret et produkt eller tjeneste av kvalitet og dermed gode resultater. Det er også viktig at lederne klarer å balansere forholdene mellom globale og lokale behov, Økonomiske behov og sosiale og personlige behov, yngre medarbeideres behov og eldre medarbeideres behov på best mulig vis. For å kunne oppnå overordnet resultatmål så må beslutningene bedriften foretar seg være basert på de verdier bedriften har lagt til grunnlag for driften.



(Mikkelsen,2016.S45. FIG 6)

2.5 Kommunikasjonsmodellen



(Halvorsen, 01.11.2018. FIG.5)

Kommunikasjon innad i bedriften og ut til forbrukeren kan vi si er alfaomega for en vellykket bedrift. Den klassiske kommunikasjonsmodellen beskriver kommunikasjonen mellom to parter hvor den ene er avsender og den andre er mottaker slik som figuren over viser.

Avsender former da sitt budskap (koding) slik at dette er tilpasset mottakeren på andre siden, deretter velges det hvilken kanal budskapet skal bringes på (muntlig, sosiale medier, bruk av digitale verktøy osv). Valg av kanal kan være avgjørende for resultatet av kommunikasjon da det kan oppstå såkalt «støy» underveis (fysisk eller psykisk støy) – kan føre til misforståelser i løpet av samtalen. Deretter skjer det en avkoding av budskapet som avsender sendte hos mottakeren – og det er denne avkodingen som avgjør hvordan mottaker forstår budskapet. Forståelsen av budskapet kan bli påvirket av hvilken kanal avsender valgte å disponere samt hvilken type «støy» som har vært underveis. Etter avkodingen hos mottakeren skjer det en respons eller tilbakemelding som mottaker da formidler til avsender. Tilbakemeldingen går da gjennom de samme trinnene som det første budskapet gjorde da dette ble sendt (Knudsen 2018). Derfor er kommunikasjon i bedrifter generelt viktig for at vi skal kunne fungere sammen som en gruppe. Det er altså viktig å unngå unødvendige misforståelser i kommunikasjonen slik at driften ikke blir påvirket.

2.6 Hva er endring og hvordan foregår dette?

Det finnes utallige teorier om hvordan en endring forgår i en organisasjon, men det vi helt sikkert kan er å skille mellom større og mindre endringer hos en bedrift. Teoriene jeg har valgt å bruke som bakgrunn for min oppgave på endringsprosessen er « Endring som naturlig utvelgelse- konkurranse om knappe ressurser som drivere» og «Planlagt endring – intensjoner som drivkraft».

Det antas at rundt 70% av bedriftene som foretar en større eller mindre endring vil mislykkes i forsøket. Alle steder hvor mennesker befinner seg vil det foregå endring i liten grad. Dette er grunnet samhandling mellom individer – for eksempel « Du oppdager stadig nye sider ved en kollega eller medstudent, du justerer litt på når og hva du spiser til lunsj, du oppdager finner ut en litt bedre måte å bruke PC-en på osv.» (Jacobsen,D, 2018, S15). Dette er en type endring som kanskje ikke vil påvirke driften av bedriften i det daglige i stor grad, men heller en type endring rettet mot å skape stabilitet og forutsigbarhet (Jacobsen,D, 2018, S15).

« Endring er en empirisk observasjon av forskjeller i form av, kvalitet eller tilstand over tid i en organisasjon» (Jacobsen,D, 2018, S17).

Det vil altså si at det har skjedd en endring i organisasjonen om det for eksempel har skjedd at de ansatte opptrer på forskjellige vis på to tidspunkter. Altså at de hadde en måte å opptre på i for eksempel første kvartal kontra policyen andre kvartal.

2.7 Organisasjon

Et grunnleggende trekk hos organisasjoner er at de er sosiale systemer, det vil si at de består av mennesker som handler og samhandler. Og et grunnleggende trekk ved sosiale systemer er at de er in determinerte» - som vil si at det er umulig med 100% sikkerhet å kunne forutsi hva som vil skje i fremtiden (Jacobsen,D, 2018, S34).

2.8 Endring som naturlig utvelgelse – konkurranse om knappe ressurser som drivkraft

Hvis en organisasjon velger denne metoden – så vil det si at organisasjonen gjør en endring på bakgrunn av knappe ressurser for å kunne tilegne seg fler ressurser. For eksempel « Bokhandler omdannes til små restauranter med øl og vin servering» Feltes generelle struktur endres dermed, og kan bidra til at flere gjester trekkes til bedriften. Dermed er ikke dette en endring på organisasjonsnivå, men derimot ved at populasjoner av organisasjoner endres i sin sammensetning. Dette er tilpasninger som blir gjort for å kunne bedre sluttproduktet til gjesten (Jacobsen,D, 2018, S38).

3 Metode

3.1 Hva er litteraturstudie?

Vi kan beskrive en litteraturstudie som en samling av et utvalg materiale og data som er hentet fra bøker eller andre skriftlige kilder. Studien er systematisk og bygger på en samling av litteratur innenfor et gitt området slik som i denne oppgaven (Pettersen 2008:121). Når en foretar en litteraturstudie så har man stor tilgang til råvare data, og dette kan sees på som en fordel. Da samler du inn i dataene du ønsker å bruke basert på dine kriterier, slik at dataen du finner er tilpasset din oppgave. Det som derimot sees på som en ulempe ved litteraturstudie er det faktum at den dataen du finner ikke alltid har den nødvendige kvaliteten. Det er nettopp dette som er grunnen til at det er viktig å være kildekritisk til hvilke kilder en bruker i en slik studie, og aktivt ekskludere enkelte kilder.

3.2 Metodesvakheter

Det er flere ulike svakheter ved metoden litteraturstudie, på samme måte som at andre metoder også har sine svakheter. De svakheter som er verdt å trekke frem ved denne metoden

er det faktum at informasjonen du finner kan være skrevet av hvem som helst, og dermed må en validere hvilken informasjon som er til å stole på. Det er altså meget viktig å være kildekritisk under denne studien, og validere hvilken informasjon som er relevant for deg og din problemstilling.

3.3 Valg av metode

Jeg endte opp med litteraturstudie fordi jeg mener det er viktig å samle informasjon om pandemien og den innvirkningen den har hatt på reiselivet. Dette er viktig informasjon som vi kan lære noe av i nå tid og fremtiden, og deretter benytte denne informasjonen videre i reiselivet generelt for å være bedre rustet til en lignende krise. Det er også viktig å bringe frem informasjon fra hele reiselivet og deretter sammenfatte dette for å kunne få en sammenfattet forståelse av situasjonen. Jeg så det heller ikke som nyttig å gjennomføre en spørreundersøkelse da denne kunne gi resultater som kanskje ikke ville vært brukbar etter hvert som vi kommer lengre ut i pandemien.

Oppgaven min bygger på informasjon fra ulike kilder som er i direkte kontakt med reiselivet og dets aktører, blant disse er NHO-Reiseliv. I tillegg har jeg brukt noen forskningsartikler – samtidig har jeg valgt å innhente informasjon fra flere elementer for å dekke et bredt område av kunnskap som ligger offentlig i samfunnet. Jeg har valgt å gjøre dette da en slik pandemi i dagens samfunn er så og si noe nytt om vi ser bort fra de små epidemiene vi har hatt, og vi vet enda ikke hva som vil skje. Dermed er det viktig å ikke basere hele oppgaven på en kilde, men heller flere ulike kilder for å få flere synspunkt. Derfor vil en også kunne danne et bedre fundament for oppgaven og det resultatet jeg måtte komme frem til. Det som er viktig å huske på er at per dags dato så er det flere ulike meninger på hvor vidt vi vil kunne gå tilbake til normale tilstander generelt, og da spesielt innenfor reiselivet og sosial kontakt med andre

mennesker. Det har også kommet en del litteratur på dette området for tiden, og derfor mener jeg at litteraturstudie er den beste metoden. Slik en kan se nedenfor så får en flere treff på de ulike søkeordene og jeg har gått bredt ut i oppgaven for å tilegne meg mest mulig informasjon. Deretter har jeg valgt meg ut noen artikler som jeg mener er interessante og derfor er relevant for oppgaven. Under er en tabell som viser til hvilke søkeord jeg har brukt i prosessen og hvilke kriterier jeg har hatt på de forskjellige søkene.

3.4 Innsamling av data

I denne prosessen gikk jeg ut med et bredt utvalg av artikler, Først innsnevret jeg det til at artiklene måtte omhandle reiselivet i Europa eller verdenssamfunnet. Deretter innsnevret jeg videre ved å lese grovt gjennom artiklene som omhandlet covid-19 og reiselivet, for så å gå gjennom sammendragene for å finne de som egnet seg best. Under utvelgelsen var det viktig for meg at artiklene jeg kom til å ende opp med enten hadde forskjellig informasjon eller standpunkt om samme temaet. Derfor kuttet jeg ned enda mer på artikler da flere av artiklene kom med lik informasjon slik at jeg fant det uinteressant å ha med flere artikler med tilnærmet lik informasjon. Når jeg da hadde et utvalg artikler som var interessante for oppgaven, leste jeg gjennom disse og hentet ut informasjon som kunne være med å danne et bilde av reiselivsnæringen og den forskningen som er gjort på den med fokus på covid-19. Dermed endte jeg opp med de 4 artiklene jeg har med i oppgaven.

Database	Søkeord	Antall Treff	Avgrensninger	Treff etter avgrensninger
Google	Covid19+reiselivet	4,920,000		
Regjeringen.no	Covid19+reiselivet	54		
Google Scholar	Covid19+events	1,560,000		
Google	Covid19+Bedrifter+Tap av inntekt	63,500		
Oria	Covid19+event	123 815	Utgitt fra 2020- 2021, offentlig publikasjon	1,416
Google Scholar	Event management Covid19+tourism+recovery	5,050,000 26,500		

Inklusjonskriterier	Ekksklusjonskriterier
I hovedsak vitenskapelige artikler, med tilføy av intervjuer og etablerte kilder innenfor reiselivet	Artikler som fokuserer på andre land enn reiselivet i Norge
Engelske og Norske artikler	Studier eldre enn 2år
Kvalitative og kvantitative studier	Artikler uten faglig kompetanse
Omhandler covid19 i reiselivet og i forhold til events	Studier som omhandler andre næringsliv enn reiselivet
Omhandler reiselivet i verdenssamfunnet eller Europa.	

4 Resultatkapittel

4.1 Artikkel: *Impacts and implications for advancing and resetting industry and research*

I denne artikkelen kommer det frem en rekke elementer som burde sees i sammenheng med covid-19. Deriblant kommer det frem at på det internasjonale markedet har ankomsten av turister til ulike destinasjoner sunket helt ned til 78% som en direkte konsekvens av covid-19 pandemien (Sigala,M. Side 312-313). En nedgang som dette har større og flere innvirkninger enn vi har sett innenfor turistnæringen, omtrent 120 millioner mennesker har mistet jobbene sine innenfor næringer som driver med turisme – I tillegg har vi et tap på rundt 1,2 trillion US Dollars som utgjør omtrent 10,027 trillioner norske kroner (Sigala,M. Side 312-313). Det kommer også frem i artikkelen at kriser som dette kan være det som skal til for å foreta en endring innad i en bedrift eller innenfor en næring. Dette kan være endringer som fører til at flere gjester kommer til bedriften, eller nødvendige endringer som må til for å ta hensyn til f.eks. smitteverntiltak i samfunnet (Sigala,M. Side 313).

Kriser har historisk sett vist seg å gjøre markante endringer innenfor ulike samfunnsgrupper tidligere, og kan også bli brukt som et verktøy for å stabilisere et samfunn (Sigala,M. Side 313). Bedrifter har i løpet av pandemien vært i større eller mindre endringer for å kunne tilby sine kunder de produkter og tjenester som er ønskelig. Restauranter har innført online meny, håndsprit finner vi ved alle innganger, vaske rutiner er forbedret, self check-in på hoteller er blitt enda mer populært og vi tenker hele tiden på smittevern og avstand til andre (Sigala,M.S319),

Flere interessante synspunkt i artikkelen er det faktum at reiselivsnæringen og globaliseringen i verdenssamfunnet er en stor del av grunnen til at pandemien ble erklært en pandemi ganske

raskt – samtidig som spredningen skjedde under et øyeblikk (Sigala,M. Side 313).

Globaliseringen som har skjedd i verdenssamfunnet og den reisekulturen flere land har opparbeidet seg gjorde det altså meget mulig for et slikt virus å utvikle seg til en større pandemi, som rammet flere land. Samtidig kommer det også frem flere problemstillinger ved turisme – som at denne næringen er i stor grad ansvarlig for global oppvarming, klima endringer, forsøpling og spredning av andre sykdommer som blir sett på som baksiden av medaljen – samtidig kan denne næringen bidra til politisk endring i andre samfunn (Sigala,M. Side 313).

I løpet av pandemien har mennesker vært nødt til å holde seg hjemme, og mye for seg selv – i samtid med dette har det blitt lagt merke til en markant økning i forbrukere som kjøper virtuelle opplevelser. (Sigala,M. Side 313). Det viser seg altså av covid-19 har ført til en markant endring i forbrukerens hverdag og rutiner, dette er noe som vi kan se ved å se sammenligne mønstrene til forbrukeren både før og etter covid-19. Dette er også handlinger og mønstre vi kan forvente at ikke vil endres etter pandemiens slutt (Sigala,M. Side 313).

4.2 Artikkel nummer 2: Tourism recovery strategy against COVID-19 pandemic

Reising i seg selv er nødvendig for at turist aktivitet skal forekomme, enhver hendelse som forhindrer reising vil enten direkte eller indirekte påvirke reiselivsnæringen. Den internasjonale krisen slik som covid-19 er et typisk eksempel på en hendelse som har direkte konsekvens for reiselivsnæringen (Yeh,s. S 1). Pandemien gjør slik at reiselivet i hele verden sliter ekstremt med å kunne drive sin virksomhet på en lønnsom måte (Yeh,s. S,1).

Reiselivsnæringen er altså den næringen som er mest påvirket av covid-19 utbruddet. Det vil være nødvendig med en konkret plan for å kunne sørge for at næringen fortsatt er til stede etter covid-19 pandemien (Yeh,s. S,1). Artikkelen har også flere aspekter ved seg som er

oppsiktsvekkende – Selv om en destinasjon eller et land har kontroll på korona viruset og kan gjenåpne så tilsier ikke dette at reiselivsnæringen kan gjenåpne. Destinasjonen er avhengig av at turister fra andre land har muligheten til å foreta reiser for at de skal ha gjester å ta imot (Yeh,s. S 1).

På bakgrunn av at reiselivsnæringen er svært sårbar på flere sider er det viktig at reiselivsorganisasjoner er vell forberedt på kriser som kan og mest sannsynlig vil oppstå ved enkelte tilfeller. Det er viktig at reiselivet er forberedt på strategier som gjør at bedrift raskt og effektivt kan komme tilbake til å drive lønnsom virksomhet. Dette kan være for eksempel hendelser som pandemier, terroristangrep eller naturkatastrofer (Yeh,s. S 2).

Covid-19 har allerede gjort stor skade på flere bedrifter innenfor reiselivsnæringen, blant annet flyselskap som har måttet sett flyene på bakken, tur operatører, tax-free butikker, show og andre aktører som livnærer seg fullstendig eller delvis på turister (Yeh,s. S,4). Flere bedrifter opplever altså nedgang i kunder og dette medfører dermed etter hvert permisjoner og oppsigelser – som igjen gjør flere arbeidsløse og dermed mister enda flere mennesker inntektene sine på grunn av pandemien (Yeh,s. S,4). I tillegg legges det også press på det politiske aspektet, og vi kan den dag i dag se forskjeller på hvordan de ulike nasjonene har behandlet viruset. Noen har vært strenge og innført påbud som har ført til at befolkningen har gått til opprør, mens andre har satset mer på anbefalinger og heller innført påbud når det har vært helt nødvendig. Det har vært regulering av distanser mellom mennesker du ikke kjenner, og dette kan i flere tilfeller ha ført til uenigheter og vold mellom mennesker som vanligvis ikke er kriminelle. Det har også blitt ilagt forbud mot sosiale sammenkomster og begrensninger på antallet gjester du kan ha i eget hjem. Aktiviteter som også er i gang satt for å tiltrekke seg turister har også blitt forbudt som følge av pandemien (Yeh,s. S,6).

Da dette er en global krise så er det viktig at nasjonene har en aktiv kommunikasjon og deler sin informasjon åpent med de andre nasjonene. Det er viktig å etablere en relasjon hvor hver nasjon kan stole på informasjonen de får av hverandre, slik at verdenssamfunnet kan opprettholde en viss tillit(Yeh,s. S,6).

4.3 Artikkel nummer 3: Impacts of the coronavirus pandemic on Europe's tourism industry: Addressing tourism enterprises and workers in the undeclared economy

Da artikkelen var skrevet i april 2020 førte covid19 til direkte konsekvenser for rundt 81% av bedriftene i verden. Flere av disse er reiselivsbedrifter som måtte stenge ned som følge av covid-19 viruset. Flere nasjoner har kommet med krisepakker til bedriftene for at de skal kunne overleve pandemien (Williams,C. S 1). Europa var også den gang episentret for pandemien og måtte stenge ned store deler av flere virksomheter. Dette resulterte dermed i enorme økonomiske tap.

4.4 Artikkel nummer 4: Crisis management research (1985–2020) in the hospitality and tourism industry: A review and research agenda

Artikkelen tar først og fremst opp hva crises management er, og hva en krise innenfor reiselivet er definert som. Definisjonen på en krise er som følger: En uforutsett hendelse som oppstår og som truer forventningene eller viktige faktorer som helse, miljø, sikkerhet og økonomiske vanskeligheter (Wut,T. S 1). Det kommer frem i artikkelen at crisis management også omhandler risk management, oftest så skjer en krise når bedriften eller virksomheten ikke har klart å håndtere en situasjon med en viss risiko på en effektiv og trygg måte (Wut,T. S 2). Artikkelen tar også opp flere kriser som kan oppstå som for eksempel terrorisme og hvordan en da skal drive crises management ved en slik hendelse (Wut,T. S2). Det kommer

også frem at risk management er viktig for bedrifter og andre virksomheter, men at forskjellige virksomheter kan ha ulik grad av risikohåndtering innad i bedriften (Wut,T. S10).

Flere faktorer som kommer frem i denne artikkelen er at covid-19 pandemien går inn under Health related risk, og håndteres da deretter (Wut,T. S 11). Altså det finnes forskjellige typer risikoer som det tas hensyn til, men disse har forskjellige grader av alvorlighet og dermed blir disse håndtert forskjellig. Reiselivsnæringen har også tidligere vært påvirket av kriser innenfor helse sektoren – i 2006 var det en influensa, 2003 SARS virus og i 2001 en sykdom som rammet fot og munn delen på kroppen. Dette er altså hendelser som går under helse relaterte hendelser som har hatt innvirkning på reiselivet (Wut, T. S 12). I tillegg tapte reiselivet rundt 22,97 billioner kr under svineinfluensaen, samtidig så har også ebola utbruddet hatt innvirkning på reiselivet i Afrika i 2014 og 2015 (Wut,T.S 11).

4.5 Artikkel nummer 5: COVID-19's impact on the hospitality workforce – new crisis or amplification of the norm?

Det kommer frem flere interessante punkt i denne artikkelen, først å fremst blir det presisert at service bransjen (Hospitality), og de ansatte absolutt har blitt påvirket direkte av pandemien. Det er heller ikke tilfeldig at servicebransjen i flere land var de første som måtte tilpasse seg tiltakene og dermed permittere flere av sine ansatte, og i noen tilfeller stenge ned virksomheten. Det kommer også frem at servicebransjen kan være en av de samfunnsmessige virksomhetene som vil bruke lengst tid på å sysselsette sine ansatte igjen etter covid-19 (Solnet,D. Robinson,R. Mooney,S. Baum,T. S, 2822).

Servicebransjen har allerede erfaringer med å raskt ansette eller nedbemanne i sine virksomheter basert på etterspørselen i samfunnet. Det vi så i de første månedene av covid-19 pandemien er altså den praksisen som har vært i bransjen i alle år, bare i mye større skala enn

hva som er vanlig – i tillegg skjedde det over et kortere tidsrom enn det vanlige. Det kommer også frem flere utfordringer i artikkelen og noen av disse omhandler hvordan det offentlige håndterer covid-19 pandemien (Solnet,D. Robinson,R. Mooney,S. Baum,T. S, 2822). Det er et betydelig antall arbeidere i bransjen som blir utelukket av hjelpeapparatet i det offentlig på bakgrunn av utformingene til kontrakten de sitter med, noe som selvfølgelig er veldig uheldig for den enkelte. Flere av de ansatte innenfor denne bransjen er en gruppe mennesker i samfunnet som allerede kanskje har slitt som for eksempel (fattige, minoriteter eller papirløse arbeider). Artikkelen statuerer tydelig at flere av disse kanskje ikke har råd eller statusen som skal til for å kunne søke om hjelp fra det offentlige om de skulle trenge det (Solnet,D. Robinson,R. Mooney,S. Baum,T. S, 2822).

4.6 Artikkel nummer 6: Effects of COVID-19 pandemic on hospitality industry: review of the current situations and a research agenda

Denne artikkelen handler om hvordan covid-19 har påvirket servicebransjen, og er mer en beskrivelse av den daværende situasjonen. Artikkelen belyser en del data som er meget interessant for min studie. Verdensøkonomien stupte omtrent over natten da covid-19 intraff for fullt. Pandemien har stilt servicebransjen ovenfor en rekke problemstillinger som har måttet bli løst underveis mens pandemien enda forgår. Flere av strategiene som har vært lagt for at mennesker ikke skal bli smittet og i verste dør av viruset har lagt begrensninger på servicebransjen som har resultert i at flere bedrifter har gått konkurs. Disse strategiene har omhandlet sosial distansering, begrense antallet nærkontakter samt reiser og sosial kontakt generelt. Tidlig i covid-19 pandemien ble flere serveringssteder bedt om å kun tilby take away mat – for å begrense arenaer hvor folk kunne møtes. Dette bidro til å flate ut smittetrend, men også til å minke inntekter til serveringstedene (Gursoy,D. Chi,C. S 2).

Pandemien vil også påvirke emnefagene marketing management og hospitality management i den grad at studentene skal fokusere mer på løsninger på ulike problemstillinger en blir stilt ovenfor i slike situasjoner. Dette forventes da også de fremtidig ansatte vil være mer forberedt på en slik krise slik at er der løsningene og måtene å tenke lettere tilgjengelige. Det anslås i artikkelen at rundt 50% av forbrukerne ikke er villige i næreste fremtid til å spise inne på for eksempel restauranter, samme andelen gjelder hotellovernattinger på en annen destinasjon. Det anslås også at omtrent 18% av forbrukerne er villige til å foreta en reise hvis kapasiteten på testing, sporing og isolasjon er god på den gitte destinasjonen, samt at det er få tilfeller av covid-19 på destinasjonen. Omtrent 14% av forbrukerne er villige til å spise inne på restaurant i sammenheng med reise til ny destinasjon, prosentdel øker til 18% når vaksineprogrammet er igangsatt. Det kommer også frem i artikkelen at rundt 1/3 av restaurantkundene og 40% av hotellgjestene er villige til å betale mer for produktet/tjenesten for å forbedre rutiner samt sikkerheten rundt det hele med tanke på covid-19 (Gursoy,D. Chi,C. S 3-4).

5 Diskusjonsdel

Denne studien har som mål om å bidra til at reiselivets virksomheter kan tilegne seg mer informasjon om pandemien og hvordan en kan forberede seg på en lignende krise. Det er viktig å presentere problemstillinger og løsninger som kan komme eller benyttes i en lignende situasjon. Samtidig belyser studien flere punkt som er viktig i forhold til det å kunne lede en bedrift slik at den overlever en eventuell krise. Studien tar heller ikke med seg unødvendig informasjon og vil dermed bidra til en kortfattet, enkel men informativ tekst som vil kunne benyttes i fremtiden. Den kan også hjelpe bedrifter med å forstå hvilken situasjon de kan havne i og hvordan en på best mulig vis burde løse situasjonen om det er relatert til en helsemessig krise. Studien stiller seg også nøytral i forhold til tiltak under pandemien slik at dermed vil en kunne danne sitt eget bilde av hva som eventuelt fungerte og hva som ikke

fungerte, uten at leseren blir ledet til en gitt konklusjon – selv om studien kommer med en form for konklusjon på oppgaven. Problemstillingen for studien var som følger: *Hvordan har covid-19 påvirket reiselivet sett i sammenheng med events, samt hvordan kan vi unngå dette ved neste pandemi?*

Etter å ha arbeidet med problemstillingen og jobbet meg gjennom fakta og flere artikler så kommer det enda flere problemstillinger frem i lyset. Problemstillinger om menneskerettigheter, økonomi og hvordan verdenssamfunnet samarbeider. I noen av artiklene kom det også frem problemstillinger som reiselivsnæringen har satt seg selv i, som f.eks. store miljøutslipp, ødeleggelse av natur og splittelser av små samfunn. Dette er problemstillinger jeg ikke vil belyse så alt for mye i min diskusjonsdel da dette vil være en studie i seg selv, men det har blitt enda mer tydelig at problemer i reiselivet henger mer sammen enn hva jeg først trodde. Det en kan se på som positive sider ved pandemien er det faktum at store folkemengder og reising på tvers av områder har blitt ekstremt begrenset, noe som har gjort at kriminalitet, kjøp og salg av kriminelle stoffer og terrorangrep på store folkemengder også kan tenkes å ha gått ned. Det som er problemet her, er at flere har mistet sine jobber og havnet på fattighuset eller har måttet motta støtte for å kunne forsørge seg selv. Bedrifter har gått konkurs og dermed har også flere blitt arbeidsledige eller byttet yrke fullstendig. Slik at derfor kan en stille spørsmålstegn ved de tiltak og innstramminger som er gjort. Hvilken fremtid er mest ideell? En fremtid med mer fattigdom eller en fremtid med mindre mennesker på verdensbasis?

Det vi har sett under pandemien som kan være positivt er at bedrifter har brukt dette som en mulighet til å gjennomgå en slags endringsprosess, og etter å ha studert flere bedrifter som har gjort nettopp dette har jeg kommet frem til at dette er «*endring som naturlig utvelgelse* –

konkurransen om knappe ressurser». Vi kan se flere bedrifter som har endret produktene sine delvis eller fullstendig, lagt til eller fjernet deler av sine produkter eller tjenester. Et eksempel på det kan være de cafeene her i landet som kun serverer take away mat eller de som har begynt å tilby sine kunder hjemlevering. Et annet konkret eksempel er også de bedrifter som har begynt å tilby sine gjester/kunder en virtuell opplevelse – noe som virkelig har skutt fart under pandemien. Dette er tjenester bedriften har iverksatt som følge av covid-19 pandemien. Endringer som dette kan være bra for bedriftene slik at de kan holde seg levende å fungerende, men også for at de skal henge med i dagens trender.

Det verste som kan skje med en bedrift er at den blir utdatert og dermed dør ut, slik at derfor er det alfa omega å kunne imøtekomme forventningene og ønskene til gjesten. Teorien «2.7 *Balanse mellom minst fire dimensjoner i strategisk HRM*» illustrerer på en ryddig og forståelsesfull måte hvordan balansen mellom forventinger til bedriften og til hva som er fysisk mulig – slik at bedriften klarer å levere tjenester og produkter av ypperste kvalitet. Teorien illustrer også hvordan lederne må kunne balansere lokale og globale behov – noe vi så absolutt har hatt bruk for under pandemiens gang. Eksempel på dette kan være at steder med høy risiko for smitte og stort smittetrykk så må enkelte samfunnsfunksjoner holde steng – mens steder med lavt trykk og liten risiko for smitte så kan disse funksjonene holde åpent i større grad. Dette har vi sett bli praktisert på landsbasis og globalt for å regulere smittetrykket generelt.

En annen faktor som har vært svært viktig og som har vist seg å være litt vanskelig under pandemien er kommunikasjonen «*Modell 2.5 kommunikasjonsmodellen*» viser på en enkel måte hvordan kommunikasjonen mellom avsender og mottaker forgår. En faktor i denne modellen som kan føre til misforståelse er «støy». Flere ganger har det oppstått misforståelser

under pandemien, som f.eks. avstandsregelen, bruk av munnbind, karanteneopphold, nedstenging av bedrifter, permitteringer og hvilke regler som gjelder i de forskjellige kommunene. Dette er misforståelser som kommer på bakgrunn av «støy» eller et dårlig kommunisert budskap – altså at avsender ikke har tilpasset budskapet og de kanaler budskapet er formidlet på slik at det er forståelig for mottakeren (f.eks. befolkningen). Disse misforståelsene kan igjen føre til at regler og anbefalinger ikke blir fulgt, eller at bedrifter som ikke trenger stenge ned – stenger ned på bakgrunn av at påbudet er utydelig og omvendt. Dermed er kommunikasjonen noe av det viktigste vi har, uansett hva situasjon det gjelder så er det kommunikasjonen mellom avsender og mottaker som påvirker det eventuelle utfallet av kommunikasjonen. Slik at det er viktig å formulere seg riktig samt sørge for at mottaker har forstått den informasjon du ønsket å formidle på riktig vis. Det er også flere problemstillinger som går på det etiske når det kommer til permitteringer i en bedrift – og det vi kan se i artikkel ”4.5 COVID-19’s impact on the hospitality workforce – new crisis or amplification of the norm?” er det faktum at flere innenfor servicebransjen har kontrakter som gjør at det offentlige hjelpeapparatet ikke strekker til. Her spiller etikken og hva som er etisk riktig for bedriften en stor rolle vil jeg si – hvis bedriften ikke kan sikre sine ansatte ved eventuelle kriser eller andre uvanlige situasjoner så kan det tenkes at den ansattes økonomiske sikkerhet ikke er ivaretatt og dermed ikke etisk validert hos bedriften. Samtidig må bransjen gjennomgå hva normaliteten i kontraktene er, og om disse beskytter den ansatte.

Flere faktorer som er viktig å ta opp er det ansvaret reiselivsnæringen og virksomhetene har ovenfor samfunnet og miljøet rundt. Det er altså viktig at aktørene går ut som gode forbilder slik at det blir statuert eksempler på hva som er «etisk» riktig og uriktig. Virksomhetene har et ansvar som tilsier at de må handle etter regler og normer i samfunnet, og ofte handler de også etter hva som er sosialt akseptert. Hvis bedriften ikke tar tak i sitt samfunnsansvar kan det

resultere i at bedriften til syvende og sist må legges ned eller dør naturlig ut. Jeg vil si at etikk og samfunnsansvar kan gå hånd i hånd, men samtidig gjelde to helt vidt forskjellige temaer. For eksempel så kan noe som er etisk riktig for en bedrift være uetisk for en annen, dette kan også skille seg på bakgrunn av kultur og sortiment. Hva som er etisk riktig i et samfunn kan være forskjellig fra et samfunn til et annet. Derfor er det også viktig at virksomheten er tilpasningsdyktig samtidig som de holder på sine etiske retningslinjer i forhold til sine ansatte og gjestene. Verdiene til bedriften skal altså gjenspeiles gjennom de ansatte, og dette er noe som spesielt i covid-19 har vært viktig. Flere bedrifter gikk ut tidlig å ba sine ansatte om å bruke f.eks. munnbind på jobb. Dette kan være fordi bedriften anså dette som etisk riktig på det gitte tidspunkt for å beskytte sine ansatte og gjestene. Bedrifter og virksomheter innenfor reiselivet har flere ganger blitt satt på prøve under covid-19, og det kan tenkes at det har oppstått situasjoner hvor det har blitt veid både for og imot en avgjørelse, med tanke på etiske beslutninger virksomhetene har måttet ta under pandemien.

I artiklene kommer det frem en del interessant informasjon, blant annet at rundt 81% av virksomhetene i reiselivet på verdensbasis har vært eller enda er påvirket av covid-19 utbruddet, samt at flere av disse måtte stenge ned. Dette er informasjon som kan bekrefte utsagnet i den andre artikkelen hvor det kom frem at reiselivet hadde tapt rundt 1,2 trillioner norske kroner, som et resultat av en nedgang på turistankomst på 78% og oppsigelses rate på omtrent 120 millioner mennesker. Da kan en stille spørsmålstegn ved om inngrepene og tiltakene som er iverksatt sparer flere skjebner enn hvis vi hadde levd en mer tilnærmet normal livsstil. Hva ville tapene i et slikt tilfelle vært? Kontra den massive økningen i arbeidsledighet på verdensbasis – det kan tenkes at flere ender opp i mild eller alvorlig fattigdom som et resultat av pandemien og de tiltakene som er iverksatt.

Felles for artiklene er at det kommer frem at pandemien helt klart har hatt en negativ effekt på reiselivet og bidratt til lite positivt, selv om det har pushet virksomhetene til å tenke alternativt. Det nevnes også i alle artiklene at de ønsker å bidra til mer kunnskap samt at reiselivet ruster seg enda bedre til en eventuell ny krise. Men da er spørsmålet hvorfor denne forberedningen ikke har skjedd før? Når det viser seg at vi har vært svært klar over at en slik pandemi kunne og mest sannsynlig ville inntreffe. Reiselivet har flere ganger tidligere blitt påvirket av epidemier som ebola, SARS og svineinfluensa – slik at en skulle tro at om vi tok lærdom av disse så skulle vi klare å takle en pandemi på et bedre vis. Det viser seg derimot at dette er en krise det kanskje ikke har blitt viet så mye tid til da det kanskje ble sett på som usannsynlig, selv om det er svært sannsynlig med en slik hendelse i dagens samfunn. Det handler kanskje også om at vi har begynt å reise mer på tvers av landegrensene i de senere år og dermed øker risikoen for slike hendelser, og at vi rett og slett ikke har tenkt så altfor mye over en slik risiko da det før i tiden var svært usannsynlig med en såpass stor og vanskelig pandemi.

Da dette er en pågående pandemi har det nylig kommet nyhetsartikler som sier noe om hvilke strategier og løsninger verdenssamfunnet og ulike nasjoner jobber med. Nylig har det kommet frem at det drives britiske studier av ulike test forsøk på det å kunne arrangere større arrangement og events uten at dette skal føre til en økning av smittetilfeller i samfunnet. Strategien for dette er som følger: Deltakeren skal ta en covid-19 test som er under 24 timer gammel for å kunne slippe inn på arrangementet, deretter skal en ny test av alle deltakerne tas 5 dager etter arrangementet – på selve arrangementet er det ingen restriksjoner eller avstandsregler (Sydnes,2021). Dette er et testforsøk som er utført i Storbritannia, hvor det ble arrangert et event for tusenvis av deltakere. Dette testforsøket ble gjennomført for å se om det er mulig å lette på restriksjoner om en har tatt en test som ikke er eldre enn 24 timer uten at

det skal skje en markant økning av smittetilfeller. I tillegg måler også forskerne luften og bevegelsesmønstret til de som deltar på slike testforsøk, og det er nettopp dette som skal gi grunnlaget for å kunne åpne opp utelivs og event bransjen på en trygg og sikker måte uttalte Iain Buchan – forsker ved instituttet for folkehelse v/universitetet i Liverpool (Sydnes,2021). Dette er interessant da resultat av denne forskningen kan ha noe å si for gjenåpningen av event bransjen også her hjemme i Norge. Det som har vært viktig i pandemien har vært å dele kunnskap på tvers av landegrensene og derfor mener jeg at kunnskap om hvordan en kan åpne opp ulike samfunnstjenester er alfa omega for å kunne holde smitten stabil og lav i verdenssamfunnet.

Disse pågående studiene kan også bidra til at flere forbrukere føler seg tryggere på det å være ute i offentligheten, samtidig som vaksinen er i full gang over hele verden. Det kan tenkes at om disse studiene resulterer i et resultat som viser at økning av smitte var ubetydelig og ikke kan spores til test arrangementene så vil kanskje flere føle seg trygge. Det som kom frem i en av artiklene var blant annet at bare 14% av forbrukerne ønsket å reise, for å oppholde seg på hotell samt spise på restaurant på den gitte destinasjonen. Men det kom og frem at dette tallet ville øke til 18% når vaksineprogrammet var i gang, hvilket det er den dag i dag så derfor kan det tenkes at det reelle tallet er på 18%. Det samfunnet og bedriftene innenfor servicebransjen burde ønske er å øke disse prosentandelene mest mulig og jeg mener at slike undersøkelser og testforsøk vil kunne bidra positivt til dette. Nettopp ved å skape en større trygghet og tillit til smittesporing, vaksine og testkapasiteten på de forskjellige destinasjonene.

6. Konklusjon

I løpet av denne studien har jeg slik som du kan forstå i diskusjonsdelen vært gjennom flere ulike temaer og problemstillinger som er viktig for reiselivet generelt, men også prøvd å tilføye problemstillinger event bransjen står ovenfor. Videre har jeg studert flere artikler som har hjulpet til å forstå bredden av problemstillingen og hvor nyansert det hele faktisk er. Det jeg har kommet frem til under studien er det faktum at det ikke er noe fasitsvar på problemstillingen jeg presenterte tidligere da variasjonen fra samfunn til samfunn vil spille en stor rolle. Det vi derimot kan si er det faktum at covid-19 har hatt stor påvirkning på reiselivet og ført til store økonomiske tap i verdenssamfunnet og vår egen nasjon. Reiselivsaktører har som nevnt tidligere måttet stenge ned hele eller deler av sin virksomhet, store virksomheter har gått konkurs og flere har blitt permittert fra sine jobber. Aktørene innenfor reiselivet og events har også tilpasset sine produkter og tjenester i forhold til pandemien slik at gjestene har kunnet benytte seg av deler av produktet eller tjenesten. Derfor er det ikke tvil om at vi vil se konsekvensene av pandemien i fremtiden, og den har helt klart satt sine spor i spesielt reiselivsbransjen som en av de største krisene noen gang.

Det som derimot er vanskelig å besvare er «hvordan vi kan unngå dette ved neste pandemi?». Dette er et spørsmål som har blitt stilt tidligere bare at da var det i forhold til epidemier, og allikevel har vi ikke vært godt nok rustet. Det jeg har kommet frem til under min studie er som følger: Vi er bedre rustet ved at vi allerede nå har vært gjennom ulike tiltak som går på hygiene, avstand til andre og regulering av antall nærkontakter. Ved neste pandemi kan det derfor tenkes at det vil være lettere å styre befolkningen da vi allerede vet litt om hva som vil beskytte oss og andre mot smitte. Jeg har også en formening om at regjeringen nå har fått testet ut ulike tiltak og kanskje derfor vil ha en større formening om hvilke tiltak som fungerer godt i en slik situasjon. Det som gjør det vanskelig å besvare denne delen av

problemstillingen er det faktum at all kunnskap hittil i dag tilsier at nedstemning av samfunn er det mest fungerende, eventuelt fullstendig nedstemning en kort periode istedenfor å leve med tiltak en lang periode. Et alternativ for å unngå den store innvirkningen dette har hatt på event bransjen kan være å arrangere events på det viset den britiske studien forsker på nå. Det gjenstår selvfølgelig å se om dette er en studie som kommer med en konklusjon om at slike arrangement har lite eller ingen innvirkning på smittetrykket. Derfor er det vanskelig å komme med et fullstendig og entydig svar på problemstillingen da vi enda står midt i pandemien, i tillegg til at neste pandemi kan ha helt andre forutsetninger.

Helt til sist vil jeg også påpeke det faktum at denne oppgaven i realiteten har få artikler med i litteratur-kapitlet, og begrunnelsen for dette er at jeg ønsket å representere ulike synspunkt og problemstillinger i hver artikkel – slik at derfor ble utvalget mindre for å unngå å ha artikler som innehar de samme synspunktene.

7. Referanseliste

Bahum, T. & Hai, N. (2020). Hospitality, tourism, human rights and the impact of COVID-19. *Hospitality and tourism as a right. Side 2-2.*

<https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/IJCHM-03-2020-0242/full/html>

Bahum, T. & Hai, N. (2020). Hospitality, tourism, human rights and the impact of COVID-

19. *Introduction. Side 2-2.* <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/IJCHM-03-2020-0242/full/html>

Grønmo,S.(2020,3 november). *Kvalitativ metode*. Hentet fra: https://snl.no/kvalitativ_metode

Gursoy,D. Chi,C. (2020, 05 juli). *Effects of COVID-19 pandemic on hospitality industry: review of the current situations and a research agenda*. Hentet fra:

<https://doi.org/10.1080/19368623.2020.1788231>

Jacobsen,D. (2018). *Organisasjonsendringer og endringsledelse* (utg 3). Utgivelsessted:

Fagbokforlaget

Jutbring,H. (2017). *Social Marketing Through Events*. Hentet fra: [file:///Users/tor-](file:///Users/tor-trygve/Downloads/gupea_2077_52297_1.pdf)

[trygve/Downloads/gupea_2077_52297_1.pdf](file:///Users/tor-trygve/Downloads/gupea_2077_52297_1.pdf)

Knudsen,T. (2018,11 januar). *Kommunikasjonsmodeller og forståelse*. Utgivelsessted:

UNIVERSITY OG GOTHENBURG.

Mikkelsen, A. Laudal, T (RED). (2016). *Strategisk HRM 2* (2.utg). Oslo: Cappelen Damm.

NHO-Reiseliv. (Funnet 2021,27.01). *Opplevelser*. Hentet fra: <https://www.nhoreiseliv.no/tall-og-fakta/reiselivets-status-korona/>

NHO-Reiseliv. (Funnet 2021,27.01). *Restaurant og uteliv*. Hentet fra: <https://www.nhoreiseliv.no/tall-og-fakta/reiselivets-status-korona/>

NHO-Reiseliv. (Funnet 2021, 25.01). *9 av 10 reiselivsbedrifter har permittert ansatte*. Hentet fra: <https://www.nhoreiseliv.no/tall-og-fakta/reiselivets-status-korona/>

NHO-Reiseliv. (Funnet 2021, 22.01). *Reiseliv blant næringene som ble først og hardest rammet*. Hentet fra: <https://www.nhoreiseliv.no/tall-og-fakta/reiselivets-status-korona/#part2>

Pettersen, Roar C. 2008. *Oppgaveskrivingens ABC. Veileder og førstehjelp for høyskolestudenter*. Universitetsforlaget. Oslo

Rylander. (2020, 03. September). Checkpoint Charlie: - Taper over 100.000 kroner I omsetning hver uke. *Stavanger Aftenblad*. Hentet fra: <https://www.byas.no/aktuelt/i/1ng4EW/checkpoint-charlie-taper-over-100000-kroner-i-omsetning-hver-uke>

Regjeringen.(2020-2021, 30.01-Nåtid). *Tidslinje :myndighetenes håndtering av koronasituasjonen*. Hentet fra: <https://www.regjeringen.no/no/tema/Koronasituasjonen/tidslinje-koronaviruset/id2692402/>

Regjeringen. (2020.07 mai). *Regjeringens plan og justering av koronatiltak*. Hentet fra:

<https://www.regjeringen.no/no/aktuelt/regjeringens-plan-og-justering-av-koronatiltak/id2701493/>

Sigala,M. (2020, 5 Juni). *Impacts and implications for advancing and resetting industry and research*. Hentet fra: <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.06.015>

Solnet,D. Robinson,R. Mooney,S. Baum,T. (2020, 3 Juli). *COVID-19's impact on the hospitality workforce – new crisis or amplification of the norm?*. Hentet fra:

<https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/IJCHM-04-2020-0314/full/html>

Strand, M.(2020, 25 april). *Stopper store festivaler ril over sommeren*. Hentet fra:

<https://www.regjeringen.no/no/aktuelt/regjeringens-plan-og-justering-av-koronatiltak/id2701493/>

Williams,C,C. (2020, 18 juni). *Impacts of the coronavirus pandemic on Europe's tourism industry: Addressing tourism enterprises and workers in the undeclared economy*. Hentet fra:

<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/pdf/10.1002/jtr.2395>

Wut,T. (2021, august). *Crisis management research (1985–2020) in the hospitality and tourism industry: A review and research agenda*. Hentet fra:

<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0261517721000261>

Yeh,S. (2020,01 mai). *Tourism recovery strategy against COVID-19 pandemic*. Hentet fra:

<https://doi.org/10.1080/02508281.2020.1805933>

8. Vedlegg

Artikkel 1	Impacts and implications for advancing and resetting industry and research
Tidsskrift (årstall):	Journal of business research September 2020
Forfattere:	Marianna Sigala
Perspektiv:	Covid-19+tourism+impacts
Problem:	Studien er en litteraturstudie som stiller seg kritisk til litteratur som går ut på det å håndtere en krise innenfor bedrifter
Hensikt:	Hensikten med studien er å hjelpe profesjonelle forskere med å få en bedre forståelse for påvirkningen har hatt på reiselivet
Metode	Litteraturstudie
Resultater	Ankomsten med turister har sunket ned til 78% på verdensbasis. 120 millioner mennesker har mistet jobbene sine innenfor reiselivet. Vi har et tap på rundt 10,027 trillioner norske kroner på verdensbasis.

Artikkel 2	Tourism recovery strategy against COVID-19 pandemic
Tidsskrift (årstall):	Taylor & Francis Online 01 Mai 2020
Forfattere:	Shih-Shuo Yeh
Perspektiv:	Covid-19+tourism+recovery+strategy
Problem:	Reising er nødvendig for at turistnæringen skal kunne gå rundt, og for at turisme aktivitet skal kunne finne sted. Derfor ser denne studien på faktorer som hindrer dette og hvordan reiselivet skal kunne komme tilbake til normal drift.
Hensikt:	Hensikten med studien er å fremme de faktorene som kan påvirke reisingen og annen turisme virksomhet samt fremme hvordan reiselivet skal kunne gjenopprettes til normal drift på best mulig vis.
Metode	Kvalitativ
Resultater	Pandemien gjør slik at reiselivet i hele verden sliter ekstremt med å kunne drive sin virksomhet på en lønnsom måte. Reiselivsnæringen er altså den næringen som er mest påvirket av covid-19 utbruddet. Det vil være nødvendig med en konkret plan for å kunne sørge for at næringen fortsatt er til stede etter covid-19 pandemien

Artikkel 3:	Impacts of the coronavirus pandemic on Europe's tourism industry: Addressing tourism enterprises and workers in the undeclared economy
Tidsskrift (årstall):	Management School, The University of Sheffield, Sheffield, United Kingdom, 2020
Forfattere:	Collin Charles Williams
Perspektiv:	Covid-19, reiselivet, impacts,
Problem:	Impacts of the coronavirus pandemic on Europe's tourism industry: Addressing tourism enterprises and workers in the undeclared economy
Hensikt:	Studien fremmer hvordan covid-19 pandemien har påvirket reiselivet i Europa
Metode	Studien er kvantitativ, og dataen er samlet inn ved et bredt spekter og allerede offentlig informasjon
Resultater	Studien kom frem til at nasjonene burde fokusere mer på det som kalles «undeclared work» altså arbeid innfor turisme som anses som svart arbeid. Studien fremmer også at covid-19 kan ha hatt større påvirkning på reiselivet enn det vi det pga det svarte markedet.

Artikkel 4	Crisis management research (1985–2020) in the hospitality and tourism industry: A review and research agenda
Tidsskrift (årstall):	ScienceDirect 8 Mai, 2020
Forfattere:	Shun-mun Wong
Perspektiv:	Covid-19+crises+manangement+toourism
Problem:	Den globale reiselivsnæringen har allerede fått en enorm påvirkning av covid-19 pandemien. Crises management har blitt noe de fleste bedrifter verden over må forholde seg til. Hvordan utføre crises management på best mulig vis?
Hensikt:	Hensikten til studien er at vi skal forstå hvordan crisis management er i praksis
Metode	Litteraturstudie
Resultater	Artikkelen forteller oss at vi før har opplevd flere epidemier som har påvirket reiselivet. Artikkelen forteller oss også at covid-19 går under helse relatert krise, og dette ikke er første gang vi opplever en slik type krise.

Artikkel 5	COVID-19's impact on the hospitality workforce – new crisis or amplification of the norm?
Tidsskrift (årstall):	International Journal og Contermporary Hospitality Management 2020
Forfattere:	Tom Baum Shelagh K.K. Mooney Richard N.S. Robinson and David Solnet
Perspektiv:	Covid-19+impact+hospitality+ workforce
Problem:	Hvordan har covid-19 påvirket servicebransjen
Hensikt:	Hensikten til studien er å vise hvordan covid-19 har påvirket service bransjen mellom april og juni 2020
Metode	Litteraturstudie
Resultater	Serveringsbransjen har historisk sett praktisert en ansettelses og nedbemannings strategi som avhenger av etterspørselen i samfunnet. Flere av arbeiderne i denne bransjen er grupper i samfunnet som ofte kan bli glemt.

Artikkel 6	Effects of COVID-19 pandemic on hospitality industry: review of the current situations and a research agenda
Tidsskrift (årstall):	Journal of Hospitality Marketing & Management 2020
Forfattere:	Dogan Gursoy Christina G. Chi
Perspektiv:	Covid-19+effects+hospitality
Problem:	Nåværende situasjon av covid-19 i serveringsbransjen
Hensikt:	Hensikten til studien er å gi en innsikt i hva som var daværende og for såvidt nå værende situasjon for service bransjen
Metode	Litteraturstudie
Resultater	1/3 av restaurantkunder er villig til å betale mer for mer sikkerhet rundt det hele med tanke på covid-19 18% er villig til å reise hvis det er god testkapasitet osv på destinasjonen samt få smitte tilfeller. 14% er villig til å reise+sove på hotell + spise på restaurant på en annen destinasjon, dette taller øker til 18% når vaksineprogrammet er igangsatt.

